Model sostenibilitat i viabilitat
La formulació del projecte



Barcelona, El Far, 9 de novembre 2017

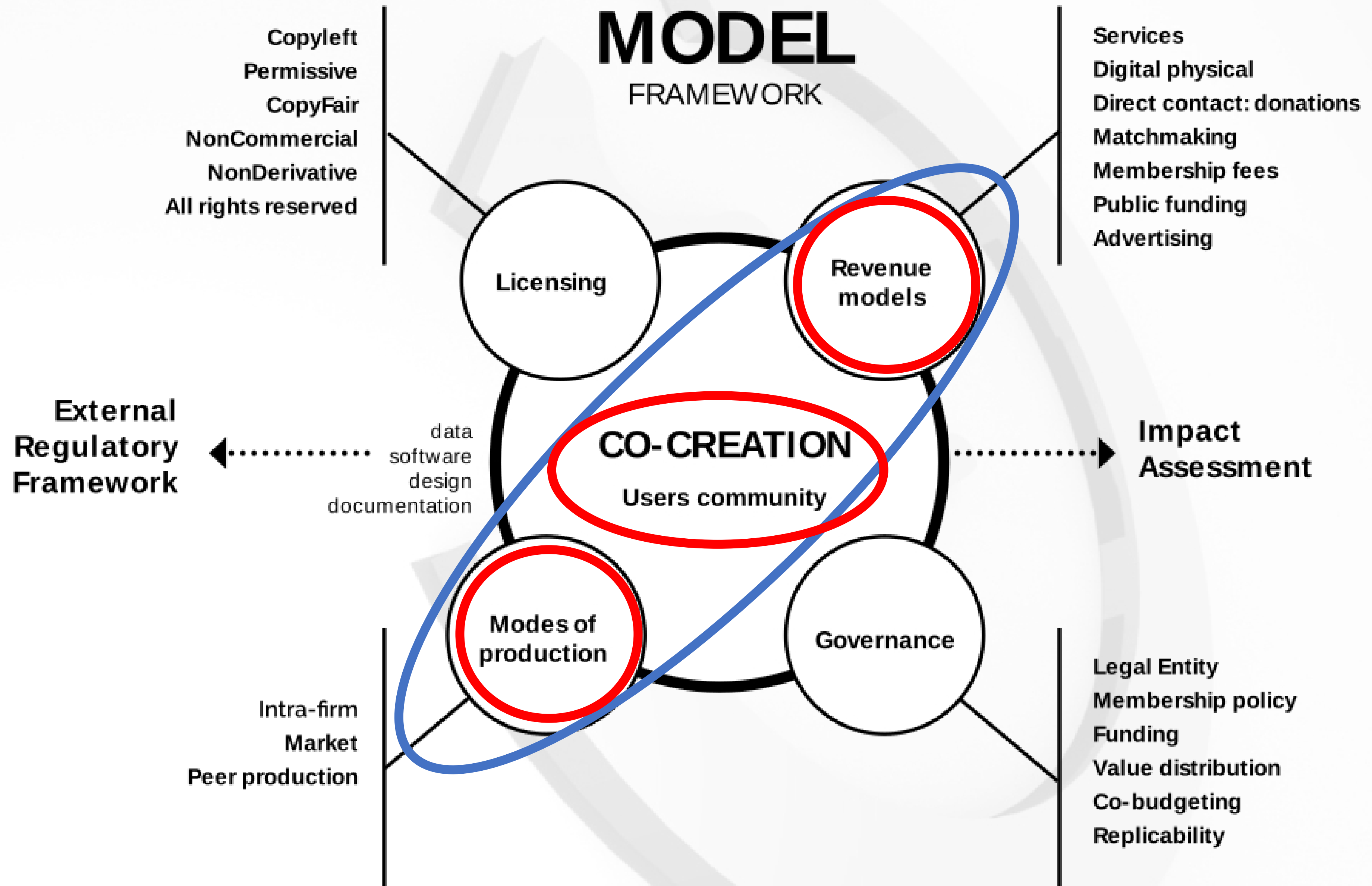
Labcoop.coop
info@labcoop.coop







Ajuntament de Barcelona

freeknowledgeinstitute

Labcoop.coop

Lab Laboratori d'imprenditoria social cooperativa COOP

NO HI HA UNA RECEPTA
ÚNICA PER EMPRENDRE.

Les cooperativistes del LabCoop us ajudem
a trobar els ingredients perquè la vostra idea
emprenedora creixi, s'enriqueixi i perduri en el temps.





freeknowledgeinstitute

Labcoop.coop

Lab
Laboratori d'emprenedoria social cooperativa
COOP

Katuma.org

katuma.org

Plataforma Cooperativa
de consumo agroecológico

Governanza y Propiedad compartida

- Grupos de Consumo
- Productoras
- Distribuidoras
- Consumidores
- Contribuidores

katuma.org

COOPDEVS

UOC R&I

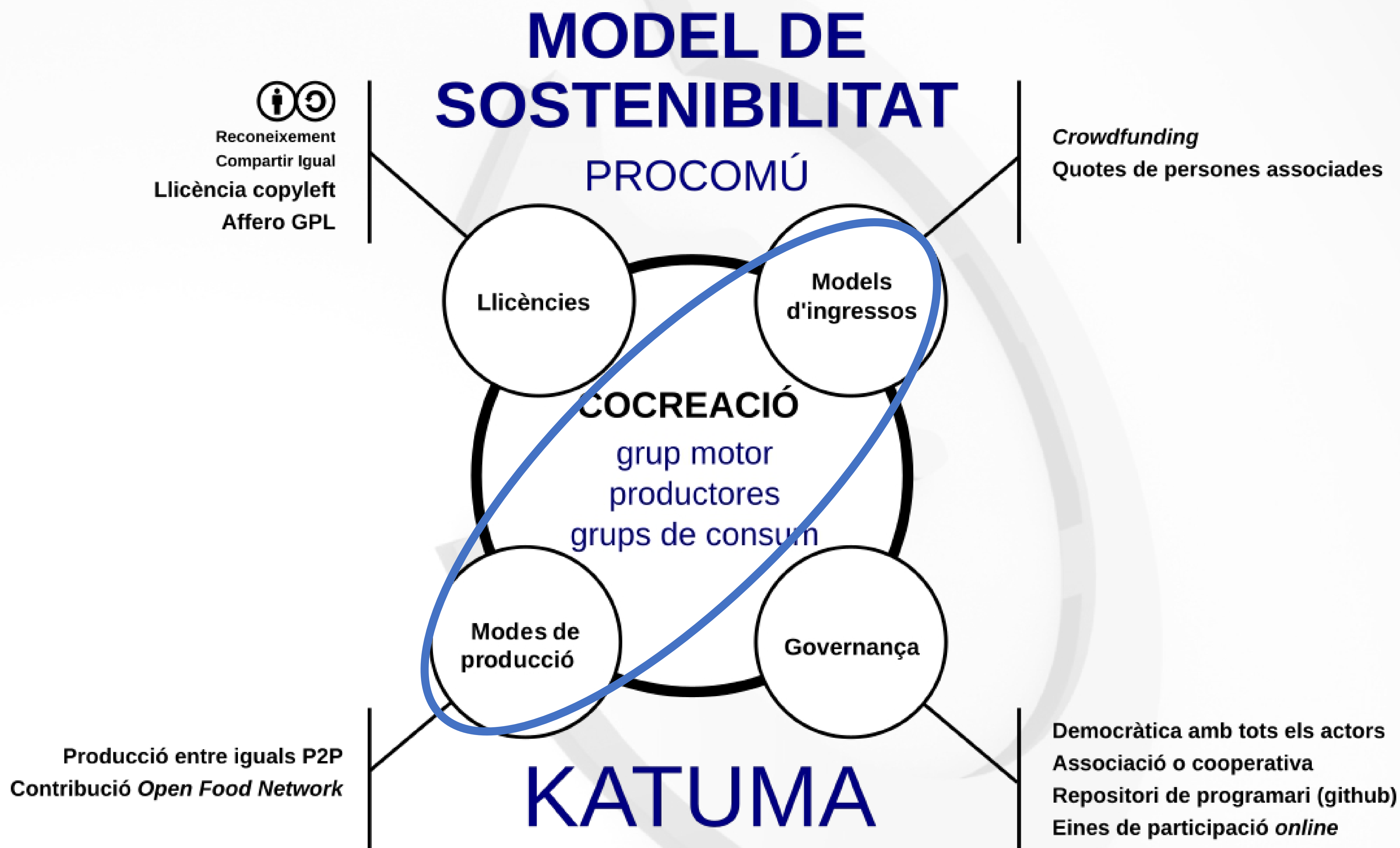
IN3 Internet Interdisciplinary Institute

HOLON

Katuma is based on free Open Food Network software, which already applies in Australia, UK, Canada and France among other countries.

OPEN FOOD NETWORK

Case Study: *KATUMA*



Case Study: *KATUMA*

OPEN FOOD NETWORK | KATUMA

Platoniq | Choose and set a short explanation of the user profile, depending on your project needs...

europeana labs

Profession:	Profession:	Profession:
Technologies she uses:	Technologies he uses:	Technologies he uses:
Interests:	Interests:	Interests:
Needs:	Needs:	Needs:

EFECTE PULL

Case Study: *KATUMA*


OPEN FOOD NETWORK | KATUMA

Platoniq | Choose and set a short explanation of the user profile, depending on your project needs...





Profession:

Technologies she uses:

Interests:

Needs:



Profession:

Technologies he uses:

Interests:

Needs:

Case Study: *KATUMA*

OPEN FOOD NETWORK | KATUMA

Models d’ingressos:

- Quotes de socis (quotes de pertinença)
- *Crowdfunding* (pendent)
- Novetat: facturació programació per OFN - comunitat
- Novetat: programari online de facturació (serveis de valor afegit)

Models d'ingressos:

- Quotes de socis (quotes de pertinença)
  - Quants clients potencials hi ha?
    - **150 cooperatives de consum a Catalunya / 50 coop a Barcelona**
    - 150 productors
  - Quina és la tendència del mercat?
    - Tipologia P de pràctics: per accés al producte
    - Tipologia M de militants: per valors



  - Quina quota és raonable?
    - En funció del tamany (núm. socis < 5; núm. socis >= 5)
    - Concepte serveis Vs. producte
    - Quota productors: costos actuals / millores operatives / avantatges

Case Study: *KATUMA*

OPEN FOOD NETWORK | KATUMA

Models d'ingressos:

- Quotes de socis (quotes de pertinença) – regular (segons objectius)

Ingressos quota coop: 20 € x 50 = 1.000 €/mes (240€/any per coop)

Ingressos quota productor: **30**-40 € x 150 = 4.500 €/mes (360-480€/any per productor)

*Ingressos quotes mensuals totals **potencials** = 5.500 €/mes*

Facturació Anual Total Quotes= 66.000 €/any

(màxim potencial? Amb 150 cooperatives - 7.500€/mes)

Case Study: *KATUMA*

OPEN FOOD NETWORK | KATUMA

Modes de producció:

- Servidors: 200 €/mes – 2.400€/anual
- Perfil comercial: 1.600€/mes – 19.200€/anual
- Diversos: 200 €/mes – 2.400€/anual
- Estalvi programació per aliança OFN

"Disponible" = 66.000 €/any – 24.000 €/any

"Disponible" = 42.000 €/any *(no paga 4 sous, oi?)*

Case Study: *KATUMA*

OPEN FOOD NETWORK | KATUMA

Models d'ingressos:

- Quotes de socis (quotes de pertinença)
- *Crowdfunding*
- Novetat: facturació programació per OFN - comunitat
- Novetat: programari online de facturació (serveis de valor afegit)

Case Study: *KATUMA*

OPEN FOOD NETWORK | KATUMA

Què faran per ser viables?

- Cooperativa de serveis – gestió cooperativa dels socis (lideratge dels usuaris socis) i els promotors de Coopdevs com a socis col·laboradors
- Oferir més productes pels socis productors

=> Promoure i passar a mínims (manteniment)

Case Study: *KATUMA*

OPEN FOOD NETWORK | KATUMA

Què destaca d'aquest projecte?

- **Soci tecnològic**
- Existència de necessitats/problemes reals
- Co-creació per a procomú com a vector de reducció de costos i nova font d'ingressos
- Comunitats petites => poca competència
- Canvi d'hàbits (implicació de la comunitat) => creixement lent

Case Study: *KATUMA*

OPEN FOOD NETWORK | KATUMA

Long Tail Business Model



Case Study: *UPCYCLING DE BARRI*

ESFÈRICA

MODEL DE SOSTENIBILITAT

PROCOMÚ

Llicències lliures dels dissenys
Documentació a *Precious plastic*

Matèria primera gratuïta, procedent dels residus
Ingressos per fer tallers i altres serveis
Subvencions
Venda de productes que l'usuari no es vulgui endur

Llicències

Models d'ingressos

COCREACIÓ

Taller Esferica
veïns barri
comunitat *precious plastic*

Modes de producció

Governança

Desnevolupaments dins l'equip
Participació dels veïns en la producció
Ús de màquines i dissenys lliures

Equip de 2 persones
Entitat legal per definir

UPCYCLING DE BARRI

Case Study: *UPCYCLING DE BARRI*

ESFÈRICA

Platoniq | Choose and set a short explanation of the user profile, depending on your project needs...

europeana labs

Profession:	Profession:	Profession:
Technologies she uses:	Technologies he uses:	Technologies he uses:
Interests:	Interests:	Interests:
Needs:	Needs:	Needs:

Case Study: *UPCYCLING DE BARRI*

ESFÈRICA

Precious plastic (comunitat de disseny lliure)



Case Study: *UPCYCLING DE BARRI*

ESFÈRICA

Models d'ingressos:

- Tallers: 10.000 €/any (Taller Esfèrica)
  - Canals: *Precious Plastic* i contactes directes del seu entorn
  - No fan cap altra acció
- Venda de productes

ESFÈRICA

Model d'ingressos:

- Venda de productes:





producte exemple *Vs* *producte consum*

Case Study: *UPCYCLING DE BARRI*

ESFÈRICA

Model d'ingressos:

- Venda de productes: les ulleres
  - Mercat ulleres:
    - Tradicional: alt marge brut, diversitat i moda => estocs
    - Canals: comercials a òptiques / franquícies / cadenes /online (nou)
    - Servei tècnic / Producte amb component de salut
    - Tendències: "**El sector está en ebullición: en 2015 se produjo un crecimiento cercano al 5% con respecto al año anterior.** "

Case Study: *UPCYCLING DE BARRI*

ESFÈRICA

Model d'ingressos:

- Venda de productes: les ulleres
    - Mercat ulleres:

"Entre las tendencias más afianzadas en el sector está la dotación del producto de connotaciones de responsabilidad social o medioambiental, ya sea con la implementación de programas de **donación de gafas a comunidades desfavorecidas o por la utilización de materiales sostenibles** (naturales o reciclados) en la confección de las monturas." (Expansión, 24/5/2016)

Font: http://www.expansion.com/fueradeserie/moda-y-caprichos/2016/05/18/573c543c22601db22f8b45d0.html

Model d'ingressos i mode de producció:

- Venda de productes: les ulleres.

Preu = 100€/unitat   És raonable pel segment a qui van?

Què costa produir una ullera?

Cost directe: 50€/unitat

Quin cost té la "inversió"?

Cost motlle (material): 2.000 €/motlle

Cost motlle (dissenyadors ind.): 98.000 € (hipòtesi)

Case Study: *UPCYCLING DE BARRI*

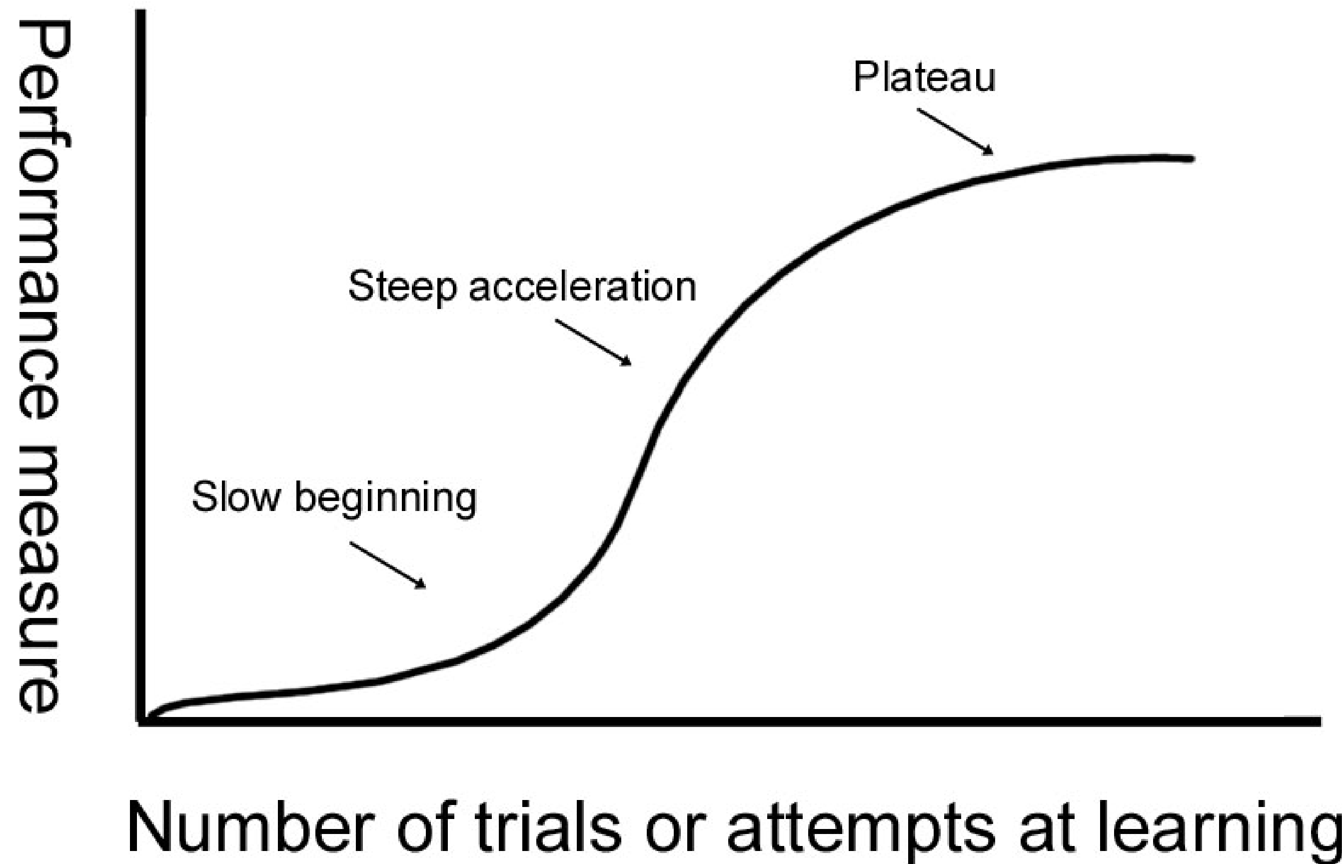
ESFÈRICA



Case Study: *UPCYCLING DE BARRI*

ESFÈRICA

Corba d'aprenentatge



Case Study: *UPCYCLING DE BARRI*

ESFÈRICA

Fonts d'ingressos:

- Estratègia de venda de productes: les ulleres.
    - Web
    - Boca-orella
    - Xarxes
    - Fires sectorials?
    - *Precious plastic community* (cost canal 1€/unitat) (*fase beta*)
    - DIY: personalitzables (Upcycling de Barri)

=> Màrqueting i comunicació!

Case Study: *UPCYCLING DE BARRI*

ESFÈRICA

Fortaleses:

- *Knowhow* adquirit i exclusiu a l'Estat
- Tendència mundial: economia circular / *cradle to cradle / upcycling*
- Motlles ***d'injecció manual*** que presenten diferencials respecte els industrials:
    - Matèria prima
    - Molt senzills d'utilitzar
    - Sense canals de refrigeració i altres processos industrials (intensius en energia? intensius en personal? Més ràpids de fer?)
- Comunitat internacional disseny lliure (costos? diversitat de productes?)

Case Study: *UPCYCLING DE BARRI*

ESFÈRICA

Què destacaríem d'aquest projecte?

- **Socis especialistes**
- Moment de sensibilització? Hi ha una necessitat social, però tenim una demanda suficient?
- Subvencions?
- Sector industrial, com mira aquest tema?
- Model de negoci "dèbil", "poc contrastat"
- Precarietat econòmica, quan poden aguantar?

SomMobilitat.coop



https://www.sommobilitat.coop

LLOGA UN COTXE | FES-TE SOCI/A | QUI SOM | CONTACTA | INVERTEIX

comunitat

Forma part de la comunitat que vol canviar la mobilitat!

Fes-te soci!

COMUNITAT
Forma part de la

MOBILITAT +SOSTENIBLE

ENERGIES RENOVABLES

Case Study: *SOMMOBILITAT*



MODEL DE SOSTENIBILITAT

PROCOMÚ

Copyfair
(model de llicència previst per la palatforma)

Capital social
Quotes
Pagament per ús dels vehicles
Crowdfunding
Venda de vehicles elèctrics
Servei integral *carsharing* per organitzacions

Llicències

Models d'ingressos

COCREACIÓ

persones sòcies de consum

Modes de producció

Governança

Grups locals
Aportació de cotxe a la cooperartiva
Compra col·lectiva al mercat

SomMobilitat

Cooperativa
Assemblea
Consell rector
Aliança cooperatives europa

Case Study: *SOMMOBILITAT*



Quina és la definició d'èxit d'aquest projecte?

"Que hi hagi menys cotxes de combustió."

(el seu **perquè** es converteix ***en la seva mesura d'èxit***)

Case Study: *SOMMOBILITAT*



Com ho aconsegueixen?

"Oferint serveis de mobilitat elèctrica compartida als **seus socis**" (socis cooperativa, grups locals) => racionalització del consum

Qui són els seus socis?

1. Primera fase: **activistes** (per què?)
2. Segona fase: tothom que doni valor al què estan fent

La seva comunitat només està formada pels seus socis?

-. ***Eix estratègic 1* - estructura lleugera**: reduir els costos d'estructura de la cooperativa (ajuntaments...)

-. ***Eix estratègic 2*- donar serveis i eines**: crear app i ERP per compartir cotxes elèctrics internacional (femprocomuns i altres membres ecosistema desenvolupadors) / enxarxats amb cooperativa de Bèlgica

Case Study: *SOMMOBILITAT*



Models d'ingressos:

- Capital social → socis
- *Crowdfunding*
- Quotes de socis
- Pagament per ús de vehicles } socis
- Venda de vehicles
- Servei integral *carsharing* per organitzacions

Case Study: *SOMMOBILITAT*



Models d'ingressos:

- Capital social (no és pròpiament un ingrés...)

  Emissió de deute privat per socis:**160.000 €**

  Inversió: 6 cotxes (propietat cooperativa)

  - 6 a Mataró (central)
  - 1 a grup local Olot
  - 1 a grup local Amposta / 1 privat
- *Crowdfunding*: **22.800 €**

Case Study: *SOMMOBILITAT*



Models d'ingressos:

- Quotes de socis - puntual

Ingrés Quotes Socis: 691 socis x 10 €/únic = 6.910 €

Atenció: 10-15 usuaris actius/cotxe
La resta de socis no utilitzen els cotxes

Case Study: *SOMMOBILITAT*



Models d'ingressos:

- Pagament per ús de vehicles (socis)

Central: 400-800 €/mes

Grups locals:

- Estructura inicial de retribució grups locals: 100% beneficis a grups locals
- Estructura actual: 85% ingrés al grup local / 15% ingrés a la central

Eix estratègic 3 - **empoderament dels grups locals**, incrementar autonomia (mix parc motor, etc.) (model de decisió descentralitzada)

Case Study: *SOMMOBILITAT*



Models d'ingressos:

- Venda de vehicles elèctrics (als socis)
  - Compres col·lectives de bicis elèctriques:
    - 36 unitats + 75 unitats = > 7.000 € (63 €/unitat)
  - Compra col·lectiva de motos elèctriques: en curs
  - Compra de cotxes elèctrics: una unitat 1.000 € (aprox.)
- Servei de *carsharing* a organitzacions:
  - 2 cotxes (Centre Tecnocampus)

Case Study: *SOMMOBILITAT*



Mode de producció: (o com reduir despeses)

- Equip:
  - 2 treballadors jornada completa: programador i gerent: SOU
  - Programador ½ jornada
  - Enginyer ½ jornada
  - Gerent (financer) 80% jornada



BANC DEL TEMPS

Hores de mobilitat compartida

Case Study: *SOMMOBILITAT*



Mode de producció: (o com reduir despeses)

- Operativa del lloguer (punts càrrega, pàrquing)

Premissa actual: Excedent d'hores de mobilitat compartida (transitori)

Acords amb ajuntaments per cedir places de pàrquing gratuït a canvi de servei d'hores de *carsharing*

- Altres despeses fixes: *coworking* 150€/mes + 50 €/mes de despeses d'operativa

Case Study: *SOMMOBILITAT*



Mode de producció: (o com reduir despeses)

- Hores de desenvolupament addicional per a desenvolupar app de compartir cotxes i ERP
  - APP REPLICABLE per compartir amb cooperatives europees
  - Equip multidisciplinar (diferents entitats)
  - Cost recollit amb BANC DE TEMPS
  - Compensació cobrant un fix de 5€/hora de consultoria per implementació (sigui qui sigui que la faci, concepte royalty)

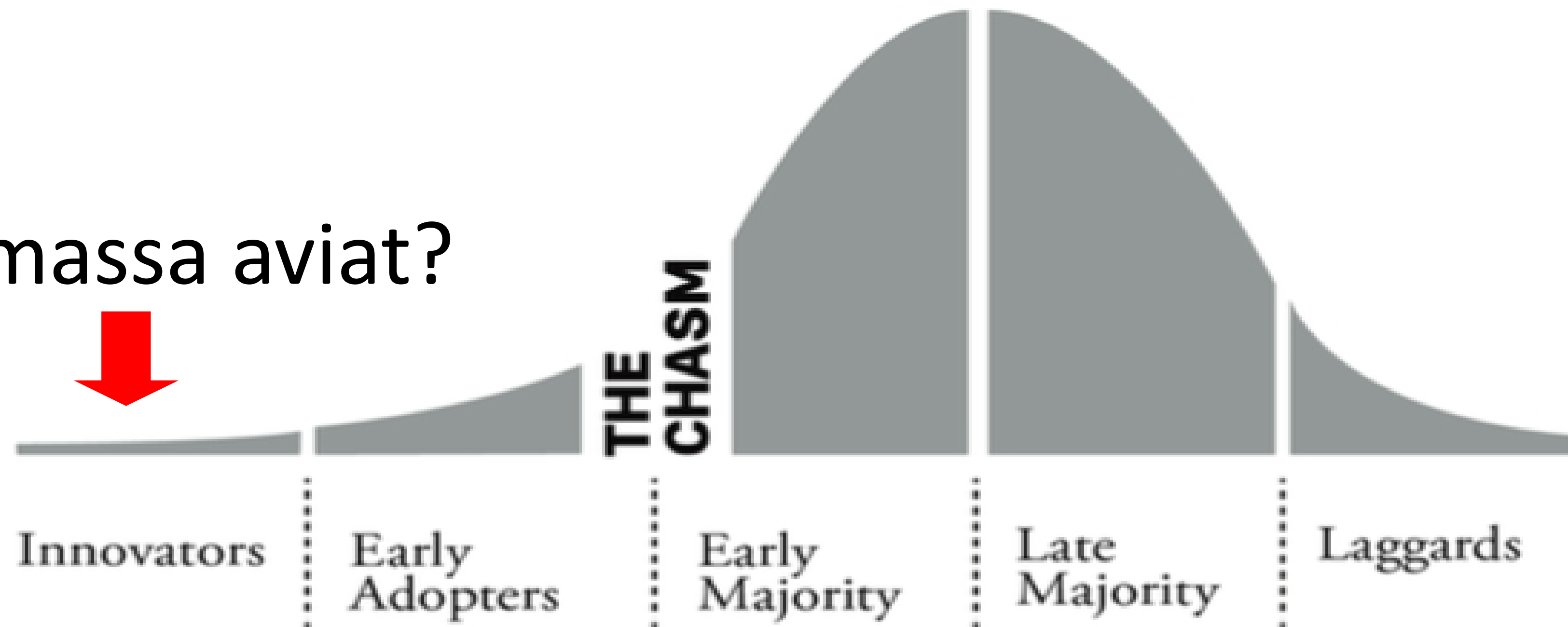
Punt mort: 100 cotxes (gener 2019) / 9 cotxes (actuals)

Case Study: *SOMMOBILITAT*



Eixos clau del model i entorn:

- **Equip executiu i socis**
- Complexitat del sector automòbil- hàbits- segment car



Case Study: *SOMMOBILITAT*



Eixos clau del model:

- Cooperativa orientada a la visió (no als beneficis)
- *Lean star-up managment* (mínim producte viable)
- **Primer crear la comunitat, després oferir servei**
- La comunitat permet tenir estructura lleugera
- Nou model de negoci del sector, amb una estructura diferent de costos (despeses mensuals fixes molt baixes: dos sous, coworking i 50€ d’altres)

Dinàmica 1: *User profile*

Objectiu: identificar i caracteritzar els col·lectius i individus que formen part de la nostra comunitat de co-creació

Qui: tot aquell que aporti valor al projecte

Com: Intentem imaginar una persona prototip d'aquest col·lectiu (edat, professió, educació)

Només describim aquells conceptes o àrees amb les que estem relacionats en el projecte. Només els temes rellevants en el context.

Generem diàleg amb el grup. Distingim **hipòtesis (H)** Vs **contrastat (C)**

Podem afegir informació addicional rellevant: gustos, coneixements o hàbits

Durada: 50 minuts

Font: WOTIFY, ***http://wotify.eu/blog/tool/user-profile/***

Dinàmica 1: *User profile*

Platoniq | Choose and set a short explanation of the user profile, depending on your project needs...

europeana labs

Maria

Profession:

Technologies she uses:

Interests:

Needs:

Samuel

Profession:

Technologies he uses:

Interests:

Needs:

Fran

Profession:

Technologies he uses:

Interests:

Needs:

Dinàmica 2: *User profile – community feedback*

Objectiu: presentar els perfils de 3-4 projectes amb *feedback* de la comunitat

Qui: presentació per part dels membres, alternat /feedback per part dels altres grups al final de la presentació

Com:

1. Presentem el perfil. Justifiquem tot el que hem indicat que està **contrastat (C)**
2. *Feedback*: preguntes / ampliem elements / qüestionem elements
3. Donem idees com es podrien contrastar les **hipòtesis (H)**

Durada: 45 minuts

Font: WOTIFY, ***http://wotify.eu/blog/tool/user-profile/***

Dinàmica 3: *User profile – producción i ingressos procomú*

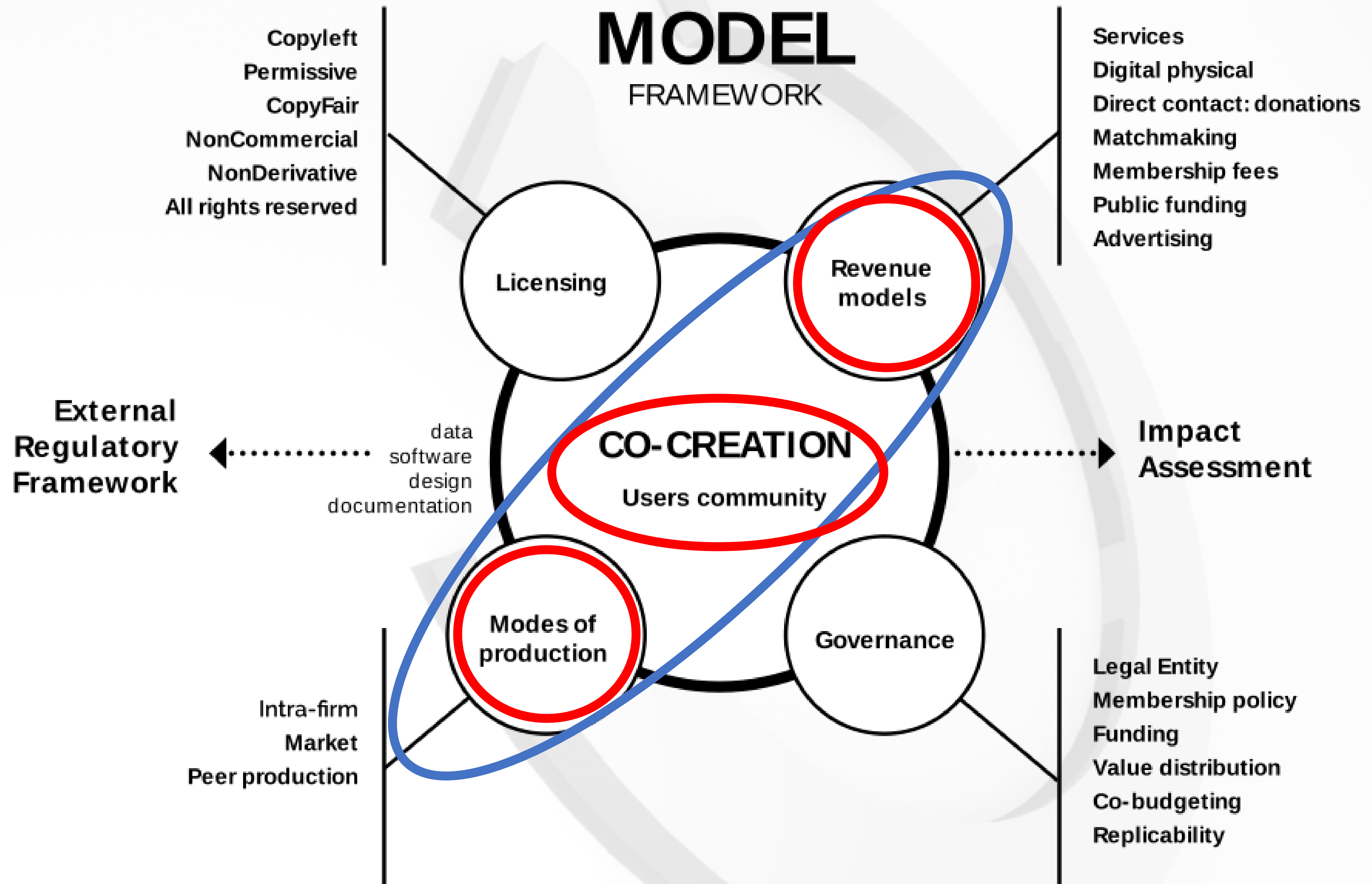
Objectiu: aprofundir en l'eix transversal del model de sostenibilitat procomú definint servei-producte-activitat (aportació)/ Models d'ingressos/ Mode de producció de cada perfil per projecte.

Qui: membres de l'equip

Com:

1. Un full per cada perfil
2. Tres post-its de diferents colors per omplir cada secció
3. Dialogar i penjar

Durada: 50 minuts



freeknowledgeinstitute

Labcoop.coop

Lab COOP
Laboratori d'emprenedoria social cooperativa

CONCLUSIONS

- El valor i el "valor" de la comunitat
  - Desenvolupament comunitari => reducció de costos producció
  - Alineats/convergents en visió i valors => reducció costos mkt / fidelitat
  - Expansió territorial => increment ingressos (volum i nous models ingressos)
  - Creació de nous models de negoci competitius i diferencials en sectors tradicionals
  - Accés a àmbits sense "competència" (*blue ocean*)
  - Creativitat col·lectiva / pensament disruptiu / tribu
  - Reducció de "risc de fuga" => sostenibilitat llarg termini
  - Més resiliència
  - Creixement del projecte sense increment costos (burocratització) gràcies als estils de governança descentralitzats (i operativa automatitzada perquè neix en un entorn de plataforma -programari)

Penseu en alguna més?

CONCLUSIONS

- La importància de l'equip
  - Elements clau: soci tecnològic /alt nivell tècnic
  - Sigui el que sigui, han de ser bons en el què fan
  - Complementarietat de perfils
- Complexitat dels models de procomuns
  - Multidimensionalitat (múltiples models d'ingressos, de producció, gestió comunitat, canals d'informació, estils de governança, etc.)
  - Pioners / sensibilització => car, això sempre és car!
  - Anar per davant de les polítiques públiques (subvencions, consciència, poc parametritzables, etc.)
  - Dificultat de finançament tradicional
  - Crear les comunitats i mantenir-les / gestió de conflictes
  - **Canvi d'hàbits dels col·lectius!**
  - *Benchmarking:* no s'aplica la lògica de l'empresa, amb qui et referencies

Penseu en alguna més?

Comunificar és transformar alguna cosa en comunal, fer-la un procomú



Amb col·laboració honesta, relacions justes i condicions dignes de les persones que en formen part

Labcoop.coop
info@labcoop.coop

freeknowledgeinstitute Lab COOP Barcelona Activa Ajuntament de Barcelona